

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era sekarang yang memiliki kemajuan teknologi, terdapat berbagai macam sarana yang berguna sebagai alat komunikasi setiap individu, serta kemudahan akses media sosial melalui internet. Internet sendiri telah banyak digunakan oleh instansi dan organisasi, baik swasta maupun pemerintah, dengan dibuatnya website sebagai sarana penyebaran informasi. Di era globalisasi di bidang kehumasan saat ini, internet telah menjadi media pilihan yang efektif bagi humas untuk menjalankan bisnisnya.

Secara umum fungsi jejaring sosial antara lain berbagi pesan dengan banyak pengguna jejaring sosial, terutama dalam bentuk pesan baik secara visual atau pun audio visual. Selain dapat berbagi pesan, Jejaring sosial ini dapat diakses dimana pun baik di perangkat komputer atau di telepon genggam pribadi, masyarakat lebih mudah mengakses jejaring sosial di platform seluler untuk dapat melihatnya di mana saja dan kapan saja.

Dari sudut pandang kepribadian Indonesia sebagai orang sosial, suka berbagi, memiliki preferensi narsis dan tidak terlalu tertarik dengan masalah privasi, jejaring sosial adalah sarana berkomunikasi yang membuat setiap individu bebas mengekspresikan dirinya dengan ciri khas masing-masing. Media sosial juga memberikan kesempatan bagi para pengguna nya untuk memposting dan menyebarkan apa yang disukai setiap pengguna.

Setiap media sosial masing-masing memiliki basis dan kriteria yang berbeda tergantung tingkat kepopulerannya.

Seiring berkembangnya teknologi dan semakin banyak platform aplikasi yang bermunculan yang memberikan sarana untuk melakukan pembuatan video dengan fitur yang menarik minat publik. Pada saat ini semakin banyak konten video sudah tersebar di media sosial dengan berbagai ciri khas di setiap negara dan termasuk di Indonesia. Kemajuan dan kecepatan *internet* membuat konten video semakin berkembang dan dengan mudah dibagikan ke publik. Konten video semakin menarik minat bagi pengguna dengan banyak platform ataupun aplikasi yang memberikan sarana bagi pembuatan video hanya dengan menggunakan *handphone*.

PT. Pertamina memiliki beberapa media sosial seperti *Instagram*, *TikTok*, *youtube*, *Linkedin*, *Twitter*, dan *Facebook*. Aplikasi *TikTok* yang bermula dari perusahaan teknologi yang berlokasi di Singapura, *Bytemod*, memunculkan aplikasi edit *video* dengan nama *TikTok*. Pengguna dapat membuat *video* dengan aplikasi *TikTok* yang

memberikan waktu minimal 30 detik yang didukung oleh *special effects* yang memiliki ciri khas serta pilihan *backsounds* yang banyak membuat penggunaanya bisa menampilkan beragam gaya dengan tarian. Dari aplikasi tersebut pengguna dapat dikatakan sebagai *content creator* dan mendapatkan dorongan untuk menciptakan kreativitas masing-masing.

Selain itu aplikasi *TikTok* juga dapat menyediakan penggunaanya dengan berbagai fitur seperti *special effect*, dan juga *backsounds* yang diciptakan oleh artis yang dikenal publik dengan kategori genre yang berbeda yang bisa dipakai secara instan, dengan berbagai fitur tersebut pengguna dapat melakukan pembuatan *video* tersebut menjadi menarik serta didukung dengan lagu yang disesuaikan dengan situasi di *video* tersebut. *Video* dengan waktu pendek yang dapat menghasilkan video secara cepat, mudah, dan bisa diunggah oleh pengguna dan dapat di lihat pengguna media sosial lainnya seperti *Instagram*.

Apalagi dengan menjadi aplikasi favorit baru bagi para pengguna dan khususnya pengguna *Instagram*, aplikasi *TikTok* ini memiliki tujuan agar *video* dengan waktu pendek tersebut setelah disebarakan dapat ditonton oleh pengikutnya (*followers*), sehingga banyak yang mengagumi kiriman *video* tersebut dan hal tersebut menyebabkan *booming* serta membuat banyak orang *humming* bahkan muncul fenomena seleb *TikTok* atau artis *TikTok*, dan seperti Bowo Alpenliebe.

Aplikasi yang paling banyak di unduh pada tahun 2020 yang memiliki pengguna lebih dari 100 juta di seluruh dunia yaitu *TikTok*.

Pengaruh besar *TikTok* di Indonesia menyebabkan banyaknya pengguna yang mendapatkan popularitas atau menjadi terkenal. Tapi untuk sebagian pengguna hanya menghabiskan waktu untuk sekedar melihat video saja, selain itu *TikTok* menjadi sarana untuk berkomunikasi dengan lingkungan sosial seperti orang tua dengan anak, kehidupan bertetangga dan pergaulan remaja di masa sekarang.



Gambar 1. Halaman Beranda *TikTok* Pertamina

Sumber : *TikTok*

Pada gambar 1 adalah tampilan dari halaman beranda *TikTok* Pertamina dengan jumlah pengikut sebanyak 231,1 K, dan jumlah suka nya sebanyak 1,7 M, dan sudah terverifikasi oleh Platform *TikTok*. PT. Pertamina mengunggah *video* pertamanya pada platform *TikTok* pada tanggal 24 Desember 2020.

Dengan teknologi pengelolaan dan analisis data dapat dimanfaatkan sebagai basis, praktek *public relations* (PR) di Indonesia tahun 2020 melakukan estimasi tersebut untuk merumuskan strategi yang lebih efektif bagi perusahaan. Dengan begitu *public relations* (PR) akan membangun

kampanye yang berfokus, memiliki target ke kelompok publik secara lebih tepat, dan melalui berbagai cara kreatif.

USC *Annenberg Center for Public Relations* pada tahun 2019 *Global Communications Report* mengatakan bahwa perkiraan penggunaan yang meningkat terhadap teknologi oleh Humas dengan melakukan sosial *listening*, analisa kinerja website dan manajemen media sosial. Pelibatan *Artificial Intelligence (AI)* dalam aktivitas komunikasi dan pemasaran di dunia semakin ramai setahun belakangan menurut pendapat Jojo S. Nugroho, Ketua Umum Asosiasi Perusahaan Public Relations Indonesia (APPRI). Selain itu, Untuk meningkatkan kesadaran terhadap bahayanya penggunaan sosmed secara berlebihan . Merancang konsep di masa sekarang, edukasi tersebut dapat dikemas dengan bentuk konten *TikTok*.

Setelah penjelasan mengenai latar belakang diatas, maka yang akan diteliti oleh penulis penelitian ini adalah “Pemanfaatan media sosial *TikTok* dalam praktik kehumasan di PT Pertamina”.

1.2. Rumusan Masalah

Berlandaskan latar belakang dan identifikasi masalah diatas maka dapat dirumuskan permasalahan yang akan dikaji dalam penelitian ini adalah bagaimana proses pemanfaatan media sosial *TikTok* dalam praktik kehumasan di PT Pertamina?

1.3. Tujuan Penelitian

Tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini adalah mengetahui tentang proses pemanfaatan media sosial *TikTok* dalam praktik kehumasan di PT Pertamina Persero Untuk Viewers.

1.4. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat penelitian yaitu:

1. Manfaat Secara Teori

Menambah wawasan dari segi pengetahuan tentang latar belakang, dan panyajian tentang proses pemanfaatan media sosial *TikTok* dalam praktik kehumasan di PT Pertamina Persero Untuk Viewers.

2. Manfaat Praktis

a. Peneliti

Menambah wawasan untuk supaya tidak terpaku pada suatu media sosial yang sudah ada, tanpa meninggalkan manfaat dari penggunaan media secara langsung. Menambah pengalaman serta pengetahuan khususnya pemanfaatan *TikTok* dalam praktik kehumasan di PT Pertamina Persero Untuk Viewers.

b. Masyarakat

Supaya bisa mempertahankan, menjaga dan tetap mengetahui manfaat tentang baik buruknya penggunaan media sosial yang ada dan berkembang di masyarakat.

1.5. Sistematika Penulisan

Sebagai gambaran pembahasan yang sistematis, maka penulisan hasil penelitian ini akan disusun sebagai berikut :

BAB I : PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II : KAJIAN PUSTAKA

Bab ini berisi tentang penelitian terdahulu yang relevan, kerangka teori, kerangka pemikiran

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisi tentang jenis metode penelitian yang digunakan, pendekatan penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik pengolahan dan analisis data, lokasi dan jadwal penelitian.

BAB IV : PEMBAHASAN

Bab ini berisi hasil penelitian dan pembahasan berdasarkan data yang telah dianalisis dengan menggunakan jenis metode penelitian tertentu yang telah dituliskan sebelumnya.

BAB V : PENUTUP

Bab ini adalah bagian suatu tulisan karya tulis ilmiah yang berisi kesimpulan dan saran dengan mengacu pada pertanyaan penelitian yang dituliskan sebelumnya, serta berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dijabarkan.